

Cenniejsza niż złoto. Rzecz o promowaniu wartości edukacji

Dzisiejsze problemy wynikają z wczorajszych „rozwiązań”
P.M. Senge

Priorytetem dla szkoły jest propagowanie uczenia się przez całe życie wśród uczniów: z jednej strony uświadamianie, że „uczenie się” nie kończy się wraz z opuszczeniem murów szkolnych, ale będzie trwać w dorosłym życiu. Z drugiej przekonywanie, że edukacja jest ciekawa, bo umożliwia poznawanie świata i dociekanie przyczyn różnych zjawisk, których doświadczamy, pomaga rozwiązywać problemy, rozwija. Skutecznie przekonywać o wartości edukacji można wtedy, gdy uczniowie na co dzień będą odczuwać, że uczenie się jest pasjonujące i jeżeli będą wiedzieli, „jak się uczyć”, by było to przyjemne i efektywne. Nie wystarczy „promować” w znaczeniu, które ogranicza się do konstruowania promocyjnych tekstów z wiodącym hasłem „edukacja jest wartością”. Zwłaszcza jeżeli takiej promocji towarzyszą nudne lekcje i tortury pamięciowego odtwarzania treści podręczników.

Wprowadzenie

Szkoła musi przekonywać tym, co na co dzień się w niej dzieje, że edukacja jest wartością. Trzeba mieć w końcu ważny powód, by spędzać w niej 1/3 doby, mając kilkanaście lat. I niekoniecznie musi to być przyczyna, która sprawiła, że szkoła stała się najważniejszym miejscem dla bohatera powieści *Madame Antoniego* Libery. W tym krótkim artykule spróbujemy zarysować istotne, według nas, zagadnienia, które wiążą się z treścią wymagania „Promowana jest wartość edukacji”.

Na początek proponujemy przyjrzeć się treści wymagania, scharakteryzowanego na dwóch poziomach: podstawowym i wysokim. W charakterystyce wymagania „Promowana jest wartość edukacji” na poziomie podstawowym (D), czytamy:

- Szkoła lub placówka prezentuje i upowszechnia informacje o ofercie edukacyjnej oraz podejmowanych działaniach i osiągnięciach.
- Szkoła lub placówka informuje środowisko o celowości i skuteczności podejmowanych przez nią działań.

Na poziomie wysokim (B) zapis brzmi:

- Szkoła lub placówka promuje w środowisku potrzebę uczenia się.

- Szkoła lub placówka jest pozytywnie postrzegana w środowisku.

Interpretacja wymagania może prowadzić w przynajmniej dwóch kierunkach. Myśląc o promowaniu edukacji, możemy zwrócić się w stronę refleksji zmierzającej do osadzenia tego wymagania w koncepcji budowania społeczeństwa wiedzy lub odczytać jego treść jako wymóg o charakterze raczej marketingowym, do czego mogą skłaniać zapisy w charakterystykach wymagania. Nie kwestionując możliwości interpretacji treści wymagania przez pryzmat rynku, promocji i marketingu, któremu to zagadnieniu poświęcimy nieco uwagi w końcowej części artykułu, interpretacja tego wymagania z naszego punktu widzenia powinna zmierzać do refleksji nad wyzwaniem, jakim jest dla współczesnej szkoły wspieranie rozwoju młodego człowieka i budowanie nowoczesnego społeczeństwa. Szkoła może to czynić przez pokazywanie, że warto się rozwijać i wspólnie z innymi pracować, uczyć się, tworzyć. Również przez uświadamianie, że taki jest *signum temporis*: nauka, wiedza, informacja są dziś „cenniejsze niż złoto”.

Uczenie się przez całe życie

Główną przyczyną występowania ryzyka i globalnych problemów jest wiedza. Jednocześnie tylko dzięki niej możemy w ogóle te problemy rozpoznać i tylko dzięki niej możemy dążyć do ich zredukowania w celu budowy lepszego życia¹. Wiedza umożliwia rozumienie otaczającej nas rzeczywistości, rozwijanie zdolności i zainteresowań poznawczych, wzajemne sprawne komunikowanie się, a jako cel sam w sobie sprawia, że możemy przeżywać przyjemność płynącą z rozumienia, poznawania i odkrywania świata.

Jednym z warunków realizacji idei budowania społeczeństwa opartego na wiedzy jest nadanie odpowiedniej rangi powszechnie rekomendowanej w ostatnich latach koncepcji uczenia się przez całe życie. Społeczeństwo wiedzy to społeczeństwo uczące się – formalnie, nieformalnie, incydentalnie. Z tego powodu edukacja jest dziś obecna w przedsiębiorstwach, w społecznościach lokalnych, w różnego typu organizacjach społecznych.

Uczenie się przez całe życie, odzwierciedlone w charakterystyce wymagania „Promowana jest wartość edukacji”, odmieniane dziś przez wszystkie przypadki choćby w służbie idei konwergencji systemów edukacyjnych Unii Europejskiej, ma więc stanowić klucz do transformacji w nowoczesne społeczeństwo wiedzy. Warto może w tym miejscu przypomnieć, że idea jednolitego i powszechnego ustroju edukacji „przez całe życie” to główna myśl zawarta w XVII-wiecznym dziele *Pampaedia* Jana Amosa Komeńskiego, który propagował pansofijski ideał wykształcenia jako drogę do poznania i opanowania przyrody oraz jako drogę uszczęśliwienia człowieka². „Edukacja ustawiczna”, a więc *pampaedia* Komeńskiego – „wszech-

¹ U. Beck, *Społeczeństwo ryzyka. W drodze do innej nowoczesności*, Scholar, Warszawa 2004.

² *Pedagogika*, red. Z. Kwieciński, B. Śliwowski, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.

oświecenie” – jest według niego procesem zachodzącym nieustannie w ciągu całego życia. Zanim dziś stała się cywilizacyjnym wyzwaniem dla współczesnego świata, była pięknym humanistycznym postulatem nieustannego, świadomego rozwoju człowieka, nabywania wiedzy po to, by rozumieć i być szczęśliwym.

W memorandum wydanym przez Komisję Europejską w 2000 roku koncepcja ta została zdefiniowana jako „wszelkie formy nauki podejmowane przez całe życie, mające na celu doskonalenie, pogłębianie wiedzy, umiejętności i kompetencji z perspektywy osobistej, obywatelskiej, społecznej i/lub zawodowej”. Koncepcja uczenia się przez całe życie (nawiązująca do wcześniejszych definicji kształcenia ustawicznego³) obejmuje rozwój indywidualny i rozwój cech społecznych we wszystkich formach i wszystkich kontekstach, w systemie formalnym i nieformalnym, to jest w szkołach i placówkach kształcenia zawodowego, uczelniach i placówkach kształcenia dorosłych oraz w ramach kształcenia incydentalnego, a więc w domu, pracy i w społeczności⁴. Podkreśla się zarówno potrzebę przygotowania i zachęcania wszystkich dzieci do nauki przez całe życie już od najmłodszych lat, jak i ukierunkowuje działania w taki sposób, by zapewnić odpowiednie możliwości wszystkim osobom dorosłym (pracującym i bezrobotnym, chcącym się przekwalifikować lub podnieść swoje kwalifikacje). Na szeroką skalę ideę ciągłego uczenia się propaguje Komisja Europejska. W 2007 roku został uruchomiony Lifelong Learning Programme – LLP (czyli program „Uczenie się przez całe życie”), będący kontynuacją programu Sokrates II⁵.

Priorytetem dla szkoły jest propagowanie tej idei wśród uczniów: z jednej strony uświadamianie, że uczenie się nie kończy się wraz z opuszczeniem murów szkolnych, ale będzie trwać w dorosłym życiu. Z drugiej przekonywanie, że edukacja jest ciekawa, umożliwia poznawanie świata, dociekanie przyczyn różnych zjawisk, których doświadczamy, pomaga rozwiązywać problemy, rozwija. Skutecznie przekonywać o wartości edukacji można wtedy, gdy uczniowie na co dzień będą doświadczać, że uczenie się jest pasjonujące i jeżeli będą wiedzieli, „jak się uczyć”, by było to przyjemne i efektywne. Nie wystarczy „promować” w znaczeniu, które ogranicza się do konstruowania promocyjnych tekstów z wiodącym hasłem „edukacja jest wartością”. Zwłaszcza jeżeli takiej promocji towarzyszą nudne lekcje i tortury pamięciowego odtwarzania treści podręczników.

Szkoła ma również promować „uczenie się przez całe życie” w społeczności lokalnej. Oznacza to konieczność projektowania szkoły otwartej na problemy lokal-

³ Kształcenie ustawiczne to kompleks procesów oświatowych: formalnych, nieformalnych i incydentalnych, które niezależnie od treści, poziomu i metod umożliwiają uzupełnianie wykształcenia w formach szkolnych i pozaszkolnych, dzięki czemu osoby dorosłe rozwijają swoje zdolności, wzbogacają wiedzę, udoskonalają kwalifikacje zawodowe lub zdobywają nowy zawód, zmieniają swoje podstawy (UNESCO – Nairobi 1976).

⁴ *Strategia rozwoju kształcenia ustawicznego do roku 2010*, MEN 2003, www.men.gov.pl (dostęp: 4 maja 2011).

⁵ *Uczenie się przez całe życie*, portal internetowy programu, www.llp.org.pl (dostęp: 29 czerwca 2011).

ne, wspierającej rozwój mieszkańców gminy i powiatu, współpracującej z innymi placówkami oświatowymi i innymi organizacjami czy osobami fizycznymi. Szkoła ma współtworzyć (wraz z innymi podmiotami) programy rozwoju i oferować działania, które przyczynią się do rozwoju potencjału lokalnej społeczności. Kluczowe jest tutaj zrozumienie, iż szkoła XXI wieku, w dobie internetu, nie będzie w stanie obronić swej pozycji jako **skarbnicy wiedzy** – zamiast tego powinna być miejscem, które promuje uczenie się. Niewiele potrzeba, jak przekonuje Seweryn Szatkowski⁶, by zamienić szkołę w tętniący życiem klub osiedlowy, publiczną czytelnię, miejsce spotkań i dyskusji, czyli by aktywnie i spójnie oddziaływać na otoczenie w celu szerzenia edukacji na miarę społeczeństwa wiedzy. Ważne pytanie w tym kontekście brzmi: Czy polska szkoła jest do takiej roli dziś przygotowana lub przygotowywana? Mentalnie, merytorycznie i organizacyjnie.

Szkoła a gospodarka wiedzy

Społeczeństwo wiedzy potrzebuje edukacji wychodzącej poza potrzeby gospodarki wiedzy. Sprzeciw może budzić podporządkowanie myślenia o edukacji wprost potrzebom rynku. Zadaniem szkoły jest przede wszystkim dbanie o wszechstronny i indywidualny rozwój młodego człowieka, czyli promowanie edukacji, która umożliwi rozwój indywidualnych predyspozycji i zdolności. To, jak nabyte kompetencje zostaną wykorzystane w dorosłym życiu, jest autonomiczną decyzją każdego człowieka. Proces edukacji nie może być uwikłany w myślenie o jego podporządkowaniu „potrzebom rynku pracy” czy preferowanie określonego typu wykształcenia – przede wszystkim z powodu poszanowania autonomii każdego człowieka, wolności dokonywanych wyborów i równości szans rozwojowych dla wszystkich młodych ludzi. Również po prostu dlatego, że fluktuacja współczesnego rynku pracy jest duża. Nie jest możliwe zaprojektowanie listy „pożądanych zawodów” (i usprawiedliwione tym wzmożone inwestowanie w ściśle określone, wybrane dyscypliny kształcenia). Punkt ciężkości powinien zostać przeniesiony z myślenia o „potrzebach rynku pracy” na myślenie o potrzebach uczniów, o tym, jak prowadzić proces edukacyjny, by umożliwić młodym ludziom rozwój w kontekście wyzwań współczesności – tych, które wiążą się z nową kulturą globalną, nowym postpostnowoczesnym społeczeństwem.

Obecnie zmienia się model kariery zawodowej (częste zmiany pracy wymagające sporej elastyczności i ustawicznego dokształcania się), powstają nowe typy organizacji. Te, które ukształtowały się w ostatnich kilkunastu latach charakteryzują się między innymi płaską strukturą organizacyjną, amorficznością struktury lub jej brakiem (organizacje sieciowe, fraktalne, wirtualne), decentralizacją, kształtowaniem tak zwanej otwartej kultury organizacyjnej, partycypacją pracowników, naciskiem położonym na uczenie się organizacji, autoewaluację, nastawieniem na

⁶ S. Szatkowski, *Otwórzcie szkoły*, „Polityka” 2011, nr 13.

zmianę, partnerstwo, zaufanie i samodzielność działania pracownika⁷. Zmieniają się organizacje, oczekiwania pracodawców, ale także oczekiwania coraz lepiej wykształconych pracowników, świadomie identyfikujących nowe obszary własnych zainteresowań i wiedzy, nastawionych na rozwój, rozwiązywanie nietypowych problemów, formułujących niekonwencjonalne pytania w zakresie swej profesjonalnej wiedzy, oczekujących nowych i bardziej kreatywnych form struktur organizacyjnych i metod zarządzania⁸.

W organizacjach nowego typu traci znaczenie klasycznie rozumiana kariera, tak zwana ścieżka kariery, zaplanowana i realizowana w jednej organizacji. Przebieg kariery można dziś raczej porównać do indywidualnej podróży, w której to pracownik jest odpowiedzialny za kierunek i tempo jej odbywania. Przestaje mieć znaczenie hierarchiczne „obejmowanie stanowisk” – atrybutem kariery nie jest już stanowisko, ale możliwość wykorzystania własnych kompetencji. Przestaje istnieć tradycyjnie rozumiana struktura organizacyjna, w jej miejsce pojawia się elastyczny układ współdziałania, który każdorazowo, w danej sytuacji, jest najefektywniejszy: pozycja pracownika w organizacji zmienia się w zależności od tego, jaką rolę w realizacji konkretnego zadania ma odgrywać⁹. Może być liderem, wykonawcą albo w ogóle nie brać udziału w realizacji danego zadania (projektu) – podstawą jego zaangażowania w pracę są wiedza i kompetencje. Zyskuje znaczenie praca zespołowa – umożliwiająca realizację projektów wewnątrz- i międzyorganizacyjnych, umożliwiająca pracownikowi wykorzystanie wiedzy posiadanej (formalnej i ukrytej), a także nabycie nowej. Kariera to więc dzisiaj coraz częściej możliwość doskonalenia się, uczenia, współrealizowania nowych projektów, rozwiązywania trudnych problemów, realizowania zadań w nowym środowisku, z nowymi partnerami, możliwość współpracy ze specjalistami w danej dziedzinie i uczenia się od nich. Wyzwaniem dla edukacji szkolnej jest zatem również umiejętne promowanie tych kompetencji, które i w rzeczywistości szkolnej, i w przyszłej pracy zawodowej pozwolą na samorealizację, wykorzystanie posiadanego potencjału, automotywację – karierę zawodową.

Spółeczeństwo obywatelskie w społeczeństwie wiedzy

Spółeczeństwo wiedzy potrzebuje edukacji wychodzącej poza potrzeby gospodarki wiedzy również dlatego, że podstawowego znaczenia nabiera rozwijanie kapitału

⁷ K. Zimniewicz, *Współczesne koncepcje i metody zarządzania*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2003.

⁸ A. Miś, *Wiedza jako instrument kariery w organizacji nowego typu*, [w:] *Zarządzanie zasobami ludzkimi w warunkach nowej gospodarki*, red. Z. Wiśniewski, A. Pocztowski, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2006.

⁹ *Ibidem*.

społecznego, budowanie społeczeństwa demokratycznego, obywatelskiego¹⁰. Nie chodzi jednak tylko o akceptację ustroju demokratycznego, raczej o budowanie przekonania, że demokracja jest wartością niezbywalną w społecznym życiu.

Jak podkreśla Jan Łuczyński, współczesne szkoły nie odeszły znacząco od XIX-wiecznego modelu szkoły-fabryki w zakresie organizacji pracy¹¹. Uczniowie-robotnicy wykonują w wyznaczonym czasie powtarzalne prace, narzucone przez nauczyciela-kierownika. Czynności są podejmowane przez uczniów niemalże automatycznie, często pod przymusem, a w dodatku bez głębszego rozumienia celów i powodów, dla których należy je wykonać. Z kolei niedostosowanie się do poleceń lub złe ich wypełnienie grozi sankcjami. Nauczyciel reguluje aktywność uczniów, planuje i koordynuje przebieg procesu uczenia się, kontroluje wyniki. Nie ma tutaj miejsca na swobodę, spontaniczność, kreatywność, inicjatywę. Doskonałym potwierdzeniem takiego stanu rzeczy są badania nad dyskursem klasowym, z których wynika, że na większość zadawanych przez siebie pytań nauczyciele mają już gotową odpowiedź i takiej właśnie odpowiedzi oczekują od uczniów¹². W rezultacie system ten prowadzi do alienacji i traktowania procesu edukacji jako narzuconego i obcego – swoim potrzebom, osobistym planom i celom. Nie może zatem dziwić, że uczniowie nie angażują się w działania, a wyniki ich pracy są niejednokrotnie znacznie poniżej posiadanych możliwości. Taka sytuacja w niczym nie przypomina demokratycznej zbiorowości, świadomych swych praw i obowiązków osób, zdolnych do działania z własnej inicjatywy dla publicznego dobra. Zarysowany obraz szkoły-fabryki jest obecnie rażącym anachronizmem, nieprzystającym ani do potrzeb współczesnego świata, ani do koncepcji uczenia się¹³. A przecież świat współczesny, z powodu nasilenia procesów globalizacji, staje się coraz ściślej powiązanym systemem, w którym działania poszczególnych jednostek czy organizacji są od siebie uzależnione. Dlatego tak ważne jest wykształcenie w młodych ludziach osobistej inicjatywy i jednostkowej odpowiedzialności¹⁴. Pasywne osoby, przyzwyczajone do wykonywania mechanicznej pracy na polecenie będą miały trudności w organizacjach nastawionych na uczenie się, których podstawowym zadaniem będzie ciągła adaptacja do błyskawicznie zmieniających się warunków otoczenia¹⁵.

Szkoła powinna, zgodnie z współczesnymi koncepcjami uczenia się, zwracać większą uwagę na społeczny charakter tego procesu. W szkole uczenie się zawsze zachodzi w grupie – nawet gdy są to interakcje tylko między uczniem a nauczycie-

¹⁰ F. Fukuyama, *Zaufanie: kapitał społeczny a droga do dobrobytu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa–Wrocław 1997.

¹¹ J. Łuczyński, *Zarządzanie edukacyjne a wychowanie uczniów w szkole*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2011.

¹² D. Fontana, *Psychologia dla nauczycieli*, Zysk i S-ka, Poznań 1998.

¹³ J. Łuczyński, *op.cit.*

¹⁴ P.M. Senge, *Pięta Dyscyplina – teoria i praktyka organizacji uczących się*, Dom Wydawniczy ABC, Warszawa, 1998.

¹⁵ J. Łuczyński, *op.cit.*

lem¹⁶. Według Alberta Bandury, większość tego, czego dzieci się uczą, jest rezultatem obserwowania innych i zapamiętywania ich zachowania¹⁷. Społeczne uczenie się to jednak także współkonstruowanie wiedzy. Jak przekonuje Amir Fazlagić, uczniowie to współtwórcy wiedzy, którzy pracując razem, wzajemnie się inspirują, odkrywają nowości, rozwijają indywidualne sprawności¹⁸. Wsparcie edukacyjne ze strony rówieśników oraz dorosłych to swoiste **społeczne rusztowanie**¹⁹. Zatem klasowo-lekcyjny system, który nie sprzyja komunikacji między uczniami, wymogi mechanicznego powtarzania materiału, skupianie się na utrzymaniu dyscypliny sprawiają, że szkoła jawi się jako instytucja opresyjna²⁰. Przymus stosowany w szkole oznacza brak możliwości wyboru, zwalnia zatem z odpowiedzialności, a przecież ta jest podstawą prodemokratycznych zachowań. W takich warunkach jedynym wyborem, jaki pozostaje uczniom, to wybór między podjęciem działania a zaniechaniem. Niestety wielu uczniów wybiera tę drugą opcję i przestaje uczestniczyć w procesie edukacyjnym (lub w jego części). Wyzwaniem dla szkoły w społeczeństwie wiedzy staje się więc wsparcie rozwoju prodemokratycznych zachowań i postaw uczniów poprzez stworzenie im możliwości dokonywania wyborów o bezpiecznych konsekwencjach w tak ważnej w dzisiejszym świecie dziedzinie, jaką jest uczenie się²¹.

Uczniowie, którzy czują się podmiotami, mają silniejsze poczucie odpowiedzialności i są bardziej realistyczni w działaniu. Są świadomi swojej wartości, dzięki czemu cenią samokontrolę i nie ulegają łatwo wpływom innych osób. Szkoły muszą przyjąć zasadę (i sukcesywnie ją realizować), że uczeń, jako centralny punkt każdego działania wychowawczego i oświatowego, w miarę swego dojrzewania powinien uzyskiwać coraz większą swobodę decydowania, czego chce się uczyć, a także gdzie chce się uczyć²². Poza tym podmiotowość prowadzi do indywidualizacji, ale w sposób, dzięki któremu uczeń czuje, że jest akceptowany i rozumiany, a nie wyobcowany. Szkoła powinna stać się miejscem, do którego będzie się częściej z zamyślenia, a nie z obowiązku szkolnego.

Jeśli uczeń nie radzi sobie z jakimś przedmiotem czy rodzajem wiedzy, ponieważ nie ma do tego predyspozycji, zainteresowania czy ochoty, przejawia natomiast zainteresowanie innym rodzajem wiedzy czy aktywności, nie ma powodu, by dla jego rozwoju stwarzać zagrożenie poprzez nakłanianie go do nieakceptowanej przezeń aktywności²³.

¹⁶ *Ibidem*.

¹⁷ A. Bandura, *Teoria społecznego uczenia się*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.

¹⁸ J.A. Fazlagić, *Marketing szkoły*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2011.

¹⁹ J.S. Bruner, *Kultura edukacji*, Universitas, Kraków 2006.

²⁰ P. Bourdieu, J.C. Passeron, *Reprodukcja. Elementy teorii systemu nauczania*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.

²¹ J. Łuczyński, *op.cit.*

²² *Wprowadzenie do pedagogiki ogólnej. Zagadnienia wybrane*, red. J. Kostkiewicz, KUL Fundacja Uniwersytecka, Stalowa Wola 2003.

²³ J. Łuczyński, *op.cit.*, s. 23–24.

W takim rozumieniu procesu edukacji oczywiste wydaje się stwierdzenie, że szkoła, dbając o rozwój indywidualny swoich uczniów, powinna wspierać rozwój tej wiedzy czy tych sprawności, które uczniowi sprawiają satysfakcję, przyjemność, do których ma predyspozycje, zdolności czy motywację²⁴. Podmiotowe podejście do uczniów oraz kreowanie nauki jako przyjemności, a nie przykrego obowiązku, może znacząco ułatwić wpajanie dzieciom i młodzieży omawianej wcześniej koncepcji uczenia się przez całe życie, która stanowi podstawową cechę edukacji w społeczeństwie wiedzy.

Na jaką szkołę skazani?

Uczenie się przez całe życie jest jednym z czynników warunkujących powstawanie społeczeństwa wiedzy – nowoczesnego społeczeństwa obywatelskiego doby internetu, bazującego na wiedzy jako fundamencie gospodarki. Współtworzenie takiego społeczeństwa jest jednym z celów współczesnej szkoły. Część badaczy uważa, iż w obecnym układzie stosunków społeczno-ekonomicznych i kulturowych istnienie szkoły jako organizacji masowo edukującej ludzi jest nie do uniknięcia i nie da się jej zastąpić innymi placówkami. Jesteśmy na szkołę wręcz **skazani**. Szkolnictwo powinno jednak nie tyle dopasować się do społeczeństwa, w którym obecnie żyjemy, ile wybiegać naprzód, tak konstruując programy nauczania i organizując struktury, aby dać ludziom narzędzie umożliwiające właściwie reagowanie na zachodzące zmiany. Pomocna może być tak zwana nowa edukacja, która łączy w sobie formalne, nieformalne i incydentalne kształcenie, opiera się na spersonalizowanym i asynchronicznym modelu (*any time and anywhere* – w dowolnym czasie i miejscu, *just in time* – wtedy, kiedy potrzeba, *just fit* – to, co potrzeba) oraz odbywa się nieprzerwanie przez całe życie²⁵. Interesująca wydaje się również propozycja Jaquesa Delorsa, według którego edukacja opiera się na czterech filarach²⁶:

- I) uczyć się, aby poznać – czyli uczenie się dla wiedzy;
- II) uczyć się, aby działać – czyli uczenie się dla umiejętności, fachu, pracy;
- III) uczyć się, aby żyć wspólnie – czyli uczenie się dla zrozumienia innych, współdziałania i współpracy;
- IV) uczyć się, aby być – czyli uczenie się dla własnego rozwoju i doskonalenia.

Model ten zawiera istotne cechy edukacji, w wymiarze indywidualnym i społecznym, w zmieniających się warunkach otoczenia.

Swoistą podpowiedzią dotyczącą tego, co jest ważne w tworzeniu koncepcji procesu edukacji, są również diagnozy Ulricha Becka, twórcy pojęcia „społeczeństwo ryzyka”. Według Becka ryzyko ma dwa znaczenia: po pierwsze odnosi się

²⁴ *Ibidem*.

²⁵ M. Sysło, *Czy szkoła będzie potrzebna w społeczeństwie wiedzy. Spojrzenie z punktu widzenia technologii informacyjnej*, www.snti.pl/snti (dostęp: 14 lipca 2011).

²⁶ *Edukacja, jest w niej ukryty skarb*, red. J. Delors, Raport dla UNESCO Międzynarodowej Komisji do Spraw Edukacji dla XXI wieku, SOP, Warszawa 1998.

do globalnego zagrożenia atomowego i ekologicznego, po drugie dotyczy ryzyka indywidualnego i niepewności, jaką niosą z sobą dynamicznie postępujące zmiany społeczne. Beck, mówiąc o ryzyku indywidualnym, zwraca uwagę, że dzisiaj człowiek sam dla siebie staje się punktem odniesienia; drogowskazem nie są dla niego, jak kiedyś, tradycja i wzorce biograficzne z własnego środowiska społecznego²⁷. Podobnie problem opisuje Bell:

jednostki utraciły swe zakorzenienie, nie idą drogą utartą przez tradycję, muszą stale dokonywać wyboru (wybieranie kariery, stylu życia, przyjaciół, politycznych przedstawicieli jest w historii zjawiskiem nowym), a nie znajdują uznanych wzorców, którymi mogłyby się kierować²⁸.

I jeszcze jeden cytat:

ludzie stanęli nagle w obliczu załamujących się tradycyjnych stosunków klasowych oraz tradycyjnych sposobów zaopatrywania się w środki do życia przez rodzinę. W większym niż dotąd stopniu zostali zdani na samych sobie, na swój indywidualny los na rynku pracy, wraz ze związanymi z tym ryzykiem, szansami i sprzecznościami²⁹.

Biorąc również i powyższe kwestie pod uwagę, szkoły mierzą się dziś z wyzwaniami, które podsumować by można następująco:

- nauka życia w społeczeństwie różnicowanym etnicznie i kulturowo oraz uwrażliwienie na problemy współczesnego świata;
- rozwijanie kapitału społecznego, to jest budowanie społeczeństwa demokratycznego i obywatelskiego, wykształcenie w młodych ludziach osobistej inicjatywy i jednostkowej odpowiedzialności;
- stymulowanie indywidualnych predyspozycji, zdolności i talentów, dążenie do zrozumienia samego siebie, dążenie do wyrównania szans edukacyjnych;
- kształcenie umiejętności swobodnego poruszania się w świecie **autostrad informacyjnych**, a także krytycznego analizowania i selekcjonowania informacji;
- przygotowanie młodych ludzi do odnalezienia się na rynku pracy;
- zachęcanie do aktywnego udziału w kreowaniu rzeczywistości poprzez rozwijanie kompetencji, takich jak zdolności do przyjmowania nowości, do innowacyjności, kreatywność.

Szkoła powinna promować – wskazywać, popierać i upowszechniać – wartość edukacji wpisaną we wszystkie wskazane wyżej wyzwania. Pokazywać, jaką wartość ma uczenie się (w szerokim tego słowa znaczeniu) dla rozwoju osobistego i dla współdziałania z innymi ludźmi.

²⁷ U. Beck, *op.cit.*

²⁸ D. Bell, *Kulturowe sprzeczności kapitalizmu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1994, s. 127.

²⁹ K.J. Tillmann, *Teorie socjalizacji. Społeczność, instytucja, upodmiotowienie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1996, s. 250.

Co to znaczy „promować wartość edukacji”

Właściwie każde z tych słów domagałoby się, jako wieloznaczne i uwikłane w różne konteksty, drobiazgowego wyjaśniania. Nie wdając się w zawile dyskurs filozoficzno-lingwistyczny, zwróćmy uwagę, że wartość oznacza coś, co – w sensie absolutnym lub na gruncie danego zespołu poglądów – jest cenne i godne pożądania i co stanowi (winno stanowić) przedmiot szczególnej troski oraz cel ludzkich dążeń, a także kryterium postępowania człowieka. W społeczeństwie wiedzy jedną z podstawowych wartości, **przedmiotem szczególnej troski**, powinna być właśnie edukacja³⁰. Ale mowa tu o edukacji innej niż dotychczasowa, opartej na takich cechach, jak: ciągłość (ustawiczność uczenia się), wielowymiarowość (obejmowanie różnych aspektów rzeczywistości), interaktywność (indywidualny rozwój człowieka zintegrowany z rozwojem społeczeństwa)³¹. Społeczeństwo wiedzy potrzebuje edukacji, która spełnia bardzo konkretne funkcje, czyli edukacji prodemokratycznej, obywatelskiej, wielokulturowej, przygotowującej uczniów do krytycznego analizowania i selekcjonowania informacji, do radzenia sobie na rynku pracy, a przede wszystkim do aktywnego udziału w kreowaniu rzeczywistości³². Dlaczego? Ponieważ bez zasadniczej zmiany, polegającej na odejściu od tradycyjnego nauczania na rzecz edukacji w nowym rozumieniu, wyzwania współczesności zostaną bez odpowiedzi. I taką zmienioną edukację szkoły powinny dziś promować.

Szkoła powinna zatem umożliwić uczniom dokonywanie wyborów w istotnych dla nich kwestiach oraz ponoszenie za nie odpowiedzialności w sposób bezpieczny dla ich rozwoju. Wspomaganie w drodze do samodzielnego i odpowiedzialnego życia, stymulowanie indywidualnych predyspozycji, zdolności i talentów, wpajanie umiejętności krytycznego spojrzenia na docierające zewsząd bodźce, rozbudzanie kreatywności oraz innowacyjności, uwrażliwienie na wspólnotę – oto zadania stojące przed współczesnymi systemami edukacyjnymi.

Promocja wartości edukacji to nie to samo co promocja szkoły

Na zakończenie dwa słowa komentarza do wizerunkowego, marketingowego odczytania treści wymagania. Szkoła, jak każda organizacja, może prowadzić działania o charakterze promocyjnym. Promocję rozumiemy tu jako jeden z elementów marketingu (w klasycznym marketingu przedsiębiorstw będziemy mówić o tak zwanej kompozycji marketingowej, marketingu –mix, na który składają się: promocja, cena, dystrybucja, produkt lub w innych wersjach jeszcze dodatkowe elementy). Celem promocji tak rozumianej jest przede wszystkim informowanie o ofercie organizacji i zachęcanie do skorzystania z niej. Aby działania te były sku-

³⁰ *Edukacja, jest w niej...*

³¹ K. Denek, *Aksjologiczne aspekty edukacji szkolnej*, Wydawnictwo A. Marszałek, Toruń 1999.

³² *Edukacja dla Europy*, raport Komisji Europejskiej, tłum. I. Wojnar, J. Kubin, Komitet Prognoz Polska 2000 Plus przy Prezydium PAN, ELIPSA, Warszawa 1999; Denek, *op.cit.*

teczne, w zależności od grupy docelowej i przedmiotu promocji, mogą być wykorzystywane różne jej rodzaje i różne stosowane adekwatnie instrumenty promocyjne. Można posłużyć się więc różnymi typami reklamy, promocji dodatkowej lub tak zwanej sprzedaży osobistej czy działaniami o charakterze *public relations*. Jak to koresponduje z treścią wymagania? Przyglądając się zapisom w wymaganiu, rzeczywiście widzimy, że znalazł tam miejsce *passus* o prezentowaniu i upowszechnianiu informacji o ofercie edukacyjnej oraz podejmowanych działaniach i osiągnięciach. I tu może się nasuwać pierwsza wątpliwość – czy tak rozumiana promocja szkoły jest równoznaczna, *per se*, z promowaniem wartości edukacji. Czy tworząc ulotkę, w której piszemy o ofercie szkoły, promujemy wartość uczenia się? Czy zachodzi taka równoważność? Jaka w tym wypadku jest rzeczywista intencja nadawcy komunikatu – czy ulotka stanowi formę, którą nasycamy treścią: „Uczenie się jest wartością”, czy raczej: „Zostań uczniem naszej szkoły”. Chodzi oczywiście w tym wypadku o prymarną intencję nadawcy: można bowiem łatwo udowodnić, że nie zachodzi tu sprzeczność i wybrzmieć mogą oba komunikaty, ale taka już jest przewrotna natura reklamy. Szkoła, która informuje o swojej ofercie i czyni tę informację powszechnie dostępną, w wielu przypadkach – promuje **siebie**. Celem tych zabiegów nie jest propagowanie wartości edukacji, tylko przesłanki rynkowe – pozyskanie nowych uczniów. Fatalna byłaby sytuacja, gdyby okazało się, że szkoły odczytują wymagania o promowaniu wartości edukacji jako obowiązek promocji szkoły.

I jeszcze drugi fragment z charakterystyki, tym razem z poziomu B – „Szkoła lub placówka jest pozytywnie postrzegana w środowisku”. Komunikat ten można również odczytać z perspektywy „wizerunkowej” – „pozytywne postrzeganie” w kontekście „promowania” częściej może się kojarzyć z działaniami *public relations*, budowaniem wizerunku szkoły. Nie jest zaś oczywiste, że pozytywnie postrzegana wartość edukacji to pozytywnie postrzegana szkoła.

Dlatego odczytanie tego wymagania z perspektywy marketingowej według nas wydaje się niewłaściwe. Dwa inne powody, poza wskazanymi wyżej, są następujące:

Po pierwsze – marketing szkół, rozumiany jako klasyczny marketing przedsiębiorstw (choć „adaptowany”), nie realizuje podstawowych celów szkoły. Nie służy rozwojowi ucznia. Można posunąć się dalej – może być szkodliwy: przenosi sposoby biznesowego, konkurencyjnego myślenia o rynku i funkcjonowaniu na rynku, a nie sprzyja współpracy między szkołami. Może również modelować rywalizacyjne zachowania uczniów, nauczycieli, rodziców i innych podmiotów związanych ze szkołą³³.

³³ Wątpliwości mogą budzić inne podejścia do marketingu, na przykład tak zwane zarządzanie marketingowe czy marketing relacyjny. W pierwszym wypadku mówimy o podporządkowaniu pro-rynkowemu działaniu wszystkich funkcji organizacji: „każdy promuje szkołę”; w drugim nacisk jest położony na odpowiednie kształtowanie relacji między szkołą a interesariuszami, przy czym wykorzystuje się wszystkie dostępne rodzaje promocji, o ile znajdują zastosowanie. W gruncie rzeczy oba te podejścia realizują klasycznie rozumiane cele marketingowe.

Po drugie – nie można wymagać od szkoły, by wdrożyła klasycznie rozumiane rynkowe, promocyjne działania. Stosowanie instrumentów marketingowych może być wyłącznie autonomiczną decyzją szkoły.

Wobec powyższego, według nas, zastosowanie może tu mieć jedynie idea marketingu społecznego³⁴, co oznacza, że działania promocyjne bezwzględnie są podporządkowane promowaniu pożądaných społecznie postaw, zachowań i działań i nie służą rekrutacyjnym interesom szkół. Narzędzia promocji są tutaj traktowane „instrumentalnie” w służbie propagowania idei: „edukacja jest wartością”. Stanowią współczesne możliwości komunikowania się: środki i sposoby przekazywania i propagowania informacji na temat tego, jak się uczyć i że warto się uczyć.

Zakończenie

Edukacja jest czymś więcej niż jedynie czynnikiem dającym szansę na zatrudnienie – przygotowuje do pracy zawodowej, przyczynia się do samorealizacji oraz kształtuje aktywną postawę obywatelską w demokratycznych społeczeństwach, w których szanuje się różnorodność kulturową i językową. Edukacja odgrywa również istotną rolę w tworzeniu społeczeństwa zintegrowanego, zapobiegając dyskryminacji, marginalizacji, rasizmowi i ksenofobii, a także promując takie fundamentalne wartości wyznawane przez społeczeństwa europejskie, jak tolerancja i poszanowanie praw człowieka. W epoce wiedzy i globalizacji tworzenie spójnego wewnątrznie i otwartego europejskiego obszaru edukacyjnego będzie miało zasadnicze znaczenie dla przyszłości Europy i jej obywateli³⁵. Tak zdefiniowana edukacja domaga się promowania w szkole.

Istotne, według nas, wnioski dotyczące tego, co znaczy „promowanie wartości edukacji”, są następujące:

- 1) Promowanie wartości edukacji w szkole to spowodowanie **doświadczania przez uczniów, że edukacja/nauka/wiedza jest wartością**.
- 2) Adresatami „promowania wartości edukacji” są przede wszystkim uczniowie.
- 3) Promowanie wartości edukacji w szkole to przekonywanie młodego człowieka o tym, że **warto się uczyć**, pokazywanie, **jak się uczyć** i wyjaśnianie, **po co się uczyć**.
- 4) Od szkół w dużym stopniu zależy, czy wizja „uczenia się przez całe życie” nie stanie się nocnym koszmarem: uczenie się „jutro” może zależeć od tego, jak uczeń doświadcza edukacji „dzisiaj”.
- 5) Żeby szkoła promowała edukację w społeczności lokalnej, musi wiedzieć, **po co ma to robić oraz z kim** – potrzebuje sojuszników w postaci innych organizacji.
- 6) Promowanie wartości edukacji to propagowanie:

³⁴ Ph. Kotler, N. Lee, *Marketing w sektorze publicznym*, WAIp, Warszawa 2008; A. Sargeant, *Marketing w organizacjach non profit*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2004.

³⁵ *Edukacja w Europie: różne systemy kształcenia i szkolenia – wspólne cele do roku 2010*, Warszawa 2003, www.men.gov.pl (dostęp: 12 kwietnia 2012).

- wszechstronnego i dostosowanego do potrzeb, możliwości, cech indywidualnych – rozwoju młodego człowieka przez dobór treści i form kształcenia w taki sposób, by stymulować automotywyację do uczenia się,
 - budowy społeczeństwa demokratycznego, obywatelskiego poprzez takie zorganizowanie procesu edukacji, w którym uczniowie doświadczają tego, czym są demokracja, partycypacja, podejmowanie decyzji i odpowiedzialność za siebie i innych,
 - rozwijania kompetencji, które i w szkole, i po jej ukończeniu umożliwią/ułatwią/uprzyjemnią życie z samym sobą i w społeczeństwie.
- 7) Promowanie wartości edukacji to nie promocja oferty szkoły.

Bibliografia

- Bandura A., *Teoria społecznego uczenia się*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- Beck U., *Spółczesność ryzyka. W drodze do innej nowoczesności*, Scholar, Warszawa 2004.
- Bell D., *Kulturowe sprzeczności kapitalizmu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1994.
- Bourdieu P., Passeron J.C., *Reprodukcja. Elementy teorii systemu nauczania*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.
- Bruner J.S., *Kultura edukacji*, Universitas, Kraków 2006.
- Denek K., *Aksjologiczne aspekty edukacji szkolnej*, Wydawnictwo A. Marszałek, Toruń 1999.
- Edukacja dla Europy*, raport Komisji Europejskiej, tłum. I. Wojnar, J. Kubin, Komitet Prognoz Polska 2000 Plus przy Prezydium PAN, ELIPSA, Warszawa 1999.
- Edukacja, jest w niej ukryty skarb*, red. J. Delors, raport dla UNESCO Międzynarodowej Komisji do spraw Edukacji dla XXI wieku, SOP, Warszawa 1998.
- Edukacja w Europie: różne systemy kształcenia i szkolenia – wspólne cele do roku 2010*, Warszawa 2003, www.men.gov.pl (dostęp: 12 kwietnia 2012).
- Fazlagić J.A., *Marketing szkoły*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2011.
- Fontana D., *Psychologia dla nauczycieli*, Zys i S-ka, Poznań 1998.
- Fukuyama F., *Zaufanie: kapitał społeczny a droga do dobrobytu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa–Wrocław 1997.
- Kotler Ph., Lee N., *Marketing w sektorze publicznym*, WAiP, Warszawa 2008.
- Łuczynski J., *Zarządzanie edukacyjne a wychowanie uczniów w szkole*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2011.
- Miś A., *Wiedza jako instrument kariery w organizacji nowego typu*, [w:] *Zarządzanie zasobami ludzkimi w warunkach nowej gospodarki*, red. Z. Wiśniewski, A. Pochtowski, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2006.
- Pedagogika*, red. Z. Kwieciński, B. Śliwerski, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.
- Sargeant A., *Marketing w organizacjach non profit*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2004.
- Senge P.M., *Piąta Dyscyplina – teoria i praktyka organizacji uczących się*, Dom Wydawniczy ABC, Warszawa 1998.
- Strategia rozwoju kształcenia ustawicznego do roku 2010*, MEN 2003, www.men.gov.pl (dostęp: 4 maja 2011).
- Sysło M., *Czy szkoła będzie potrzebna w społeczeństwie wiedzy. Spojrzenie z punktu widzenia technologii informacyjnej*, www.snti.pl/snti (dostęp: 14 lipca 2011).
- Szatkowski S., *Otwórzcie szkoły*, „Polityka” 2011, nr 13.

Tillmann K.J., *Teorie socjalizacji. Społeczność, instytucja, upodmiotowienie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1996.

Uczenie się przez całe życie, portal internetowy programu, www.llp.org.pl (dostęp: 29 czerwca 2011).

Wprowadzenie do pedagogiki ogólnej. Zagadnienia wybrane, red. J. Kostkiewicz, KUL Fundacja Uniwersytecka, Stalowa Wola 2003.

Zimniewicz K., *Współczesne koncepcje i metody zarządzania*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2003.